

# 再现、跨界、拟态与整合：跨学科视域中的“电影风景”

## Cinematic Landscape from an Interdisciplinary Perspective

陈涛 (Chen Tao)

**内容摘要：**针对“电影风景”的概念与研究范式，本文从四个方面进行跨学科梳理与整合，并提炼和解析重要的问题意识。“再现”指明电影风景的实质，从本体的角度说明电影风景表现为一种客观现实风景的“再现”而非“反映”，并不断建构观众的身份认同。“跨界”归纳电影风景在叙事上的表现与功能，它不仅同电影的风格与剧作法密切相关，而且风景的跨界打破了叙事结构的惯例。“拟态”阐述电影风景在文本之外的构成方式，证明电影风景的“参考物”特征，并指出其背后是电影制作的资本逻辑。“整合”则探讨后现代社会中电影风景对于现实的改造作用，令其变为一种混杂性的空间，这同当代电影产业与旅游产业的交织与互动息息相关。

**关键词：**电影风景；再现；认同；景观；跨界

**作者简介：**陈涛，中国人民大学文学院讲师，主要从事电影和新媒体艺术研究。本文为中国人民大学科学研究基金（中央高校基本科研业务费专项资金资助）项目【项目编号：14XNK019】成果。

**Title:** Representation, Crossing of Borders, Pseudo-environment and Integration: Cinematic Landscape from an Interdisciplinary Perspective

**Abstract:** This paper summarizes important viewpoints of western “cinematic landscape” researches, refining the relevant theories and contexts from four perspectives. First, cinematic landscape is essentially a kind of representation instead of reflection, constantly constructing identities of audience. Second, cinematic landscape is changed for a crossing of borders in narrative, which is not only related to film style or devices but also breaking the norm of narrative structure. Third, cinematic landscape is developed in a pseudo-environment beyond texts, which confirmed its feature of “reference” within the context of capital logic in film production. Last, cinematic landscape plays a role of hybrid space in postmodern society, transforming illusion to integral reality and proving the interaction between contemporary tourism and movie industry.

**Key words:** cinematic landscape; representation; identity; spectacle; crossing of borders

**Author:** **Chen Tao** is Lecturer at School of Liberal Arts, Remin University of China (Beijing 100872, China). His main research interests are Film and New Media Arts (Email: chentao0430@hotmail.com).

关于“风景”（landscape）的论述，在早期电影理论中便已存在。1924年，匈牙利电影理论家贝拉·巴拉兹（Bela Balazs）曾撰文分析当时电影中的风景，发现其中只有小部分同自然或现实生活有关，更多则被用来传达剧作（dramaturgical）目的或者表现诗意（poetic）效果，是一种艺术化的加工与处理（47）。1932年，鲁道夫·爱因汉姆（Rudolf Arnheim）在《电影作为艺术》一书中谈及电影区域（cinematic area）和时空连续性的观念，成为电影风景研究中另一个重要的奠基性论述（25）。在这两位电影理论家的影响下，西方电影研究开始关注影像文本中的场所、空间和环境，尤其是风景的再现。上世纪五六十年代，尤金·沃斯（Eugen Wirth）、维斯·拉科斯特（Yves Lacoste）等学者开始从空间与社会的角度，针对“电影风景”（cinematic landscape）进行了理论探讨并提出了重要的观点。

总体上来说，学界对于“电影风景”的探索是空间研究介入电影（作为一种媒介）的讨论，其角度是多元化、多样性的。从方法上来说，随着时间的发展，不断有新的路径加入进来，于是文化研究、产业模型、传播理论等视角和范式为电影研究注入了新的血液和活力。然而，正如安东·艾哲（Anton Escher）所说，关于“风景”的论述在理论方面更多呈现为不同学科各自为政的局面，需要被整合性的归纳与互融；与此同时媒体研究中往往表现出一种“自我指涉的实体论”，这种趋势是需要被反思和解构的（Escher 308）。正因如此，本文在梳理和综述前辈学者在“电影风景”研究上重要观点的基础上，从四个角度——“再现”、“跨界”、“拟态”、“整合”进行整合、提炼与反思，一方面试图理清其发展脉络，另一方面对于“电影风景”研究中重要的问题意识进行解析与探讨。

### 一、再现：文化、认同与想象的共同体

“风景”这一概念最早在荷兰语“landschap”中指的是视野中的田野或土地。1925年，卡尔·索尔（Carl O. Sauer）在《风景的形态学》一文中将“自然风景”和“文化风景”的概念加以区别，认为我们应当通过景观的多样性来研究空间的区域性特征，并强调这种研究应在自然和文化风景结合的基础上侧重历史学与发生学的分析（Leighley 317）。于是，风景作为一种视觉对象，具有了物质性和观念性两个维度，前者强调“自然、物质的形态，完全

通过劳动或其他关系产生”，后者强调“社会关系的代表，由各种媒介所表达”（邵培仁 125）。由此，对于“风景”的探讨更多进入“文化风景”的层面，正如英国历史学家西蒙·沙玛（Simon Schama）在《风景与记忆》一书中所说“风景为记忆的深层……它首先是文化的，其次才是自然的”（6）。

电影中的风景，可以被认为是“自然风景”和“文化风景”在电影中的再现。之所以用“再现”（representation）而非“反映”（reflection），是因为电影经过了一定主观筛选、加工和重构的，并不能如镜子一般，客观无差地反映出现实风景中的原貌。马丁·列斐伏尔（Martin Lefebvre）在《风景与电影》一书中称“风景被视觉装置（例如摄影机、取景框以及其他视觉文化相关的技术）所渗透和操控……通过框取和拍摄，自然转为文化，大地成为风景”（61）；而尼尔·波茨曼（Neil Postman）也认为“我们无法拍摄出‘整体大自然’的照片，也难以用电影呈现‘完整的海洋’，而只能拍出某个特定时刻的山脉或海洋——例如某种光线下某形状的悬崖，或某时刻中某角度的海浪”（5-6）。所以，电影风景在本质上是一种“再现”，是客观风景的一个片段或切面，是经过选择、取舍、改变和加工的产物。因此，电影中的风景绝非一种“物质复原”，更多表现为一种主观化的建构。

经由电影的“再现”，风景也成为主体的叙述之物。日本学者柄谷行人（Kojin Karatani）将艺术作品中的风景视为“认识装置”，是主体对客体的观察，尤其是人们“以全新的范式将自我投射到客观风景中的结果”（25）。从这个意义上来说，电影风景成为折射和叙述主体内心世界的载体，其意义也在观众欣赏和认识银幕风景的过程中得以不断生产和循环。而由于国家、民族、性别、阶级、意识形态等各种力量的介入，这一“认识装置”成为建构主体认同的工具。因此，风景虽然自身并不产生意义，但由于被政治、文化和意识形态所共同塑造，也成为社会历史环境的微观表现。温蒂·达比（Wendy Darby）曾指出：“风景与认同具有重要的关系……风景同政治具有密切的关联，风景的再现深植于权力与知识的关系之中”（9）。因此，电影风景作为一种“再现系统”（system of representations），一方面，其创造者不可避免地受到权力、知识和意识形态的影响，有意无意地对文字或图像进行选择，令再现具有明显的指涉功能（Mitchell 13）；另一方面，电影文本作为一种商业产品，在一定程度上需服从资本市场、审查、传播方式等一系列因素的制约。

从“再现”的方式来看，电影中的风景往往作为故事的场景、环境或背景出现。相对而言，戏剧舞台中的布景，通常具有一种使人物和故事得以进行的框架性功能，然而电影风景却不止如此。一方面，电影风景在观影中起到塑造地方感（sense of place）的作用：它对应和调动了观众的感觉结构，因此观众会在认知中辨认出电影中的风景，从而获得一种归属感或认同感（Steele 13）。观众要么（在现实性题材的电影中）辨认出风景是一个真实的空间从而具有熟悉感；要么（在幻想性题材的电影中）以理性判断出风景

属于一个虚构的空间，但因为它呼应了观众的经验且能支撑叙事逻辑，所以观众也会沉浸于这一虚构的风景当中。另一方面，电影风景往往具有历史、文化、道德甚至伦理的意义，并同主人公的身份建构密切相关。奥利弗·舒特(Oliver Schutte)认为，电影风景作为“主人公发生故事和社会交往的空间”，常常“影响着人物形象的塑造”，且能体现“强烈的历史、文化和伦理意义”(Escher 311)。电影风景作为重要的视觉元素，具有一种符号化和意义化的功能，能够强化国家、民族、阶级、性别、伦理、道德等方面的深层意涵和文化认同。例如，《马耳他之鹰》《双重赔偿》等好莱坞经典黑色电影中阴暗潮湿的街道风景指涉了二战前后美国充满犯罪、疏离感和不稳定性的社会现实；而《上甘岭》《英雄儿女》等战争题材电影中雄壮优美的山河风景表达了新中国独立自强的骄傲与英雄主义的情怀；《黄土地》《红高粱》等第五代导演的电影中色彩浓烈的自然风景则具有民族化象征与认同的功能。

在这一符号化再现和认同的过程中，风景的独特性、美观性和艺术性都是非常重要的考量因素。维斯·拉科斯特(Yves Lacoste)将风景的运用和设置视为电影在场景设计上的独特功能之一，并指出风景的操控是导演或布景师表达艺术技巧的重要手段(216-17)。电影风景也常常被用来支持人物的情绪表达，或建立人物与空间的社会文化关系。托马斯·科博纳(Thomas Koebner)表明，特定的电影风景往往同特定的主题、冲突、过程、情感和人物相关，而其中的具体元素往往是形成人物伦理关系、提供叙事动力和呈现主题思想的重要因素；某些电影风景甚至具有价值观、宗教观、道德观和伦理观的象征作用(2)。尤其从伦理的角度来说，电影风景借由视听再现，呼应了人物的“伦理身份”，从而起到塑造伦理认同的作用。根据聂珍钊教授的观点，“伦理身份”是“伦理选择”的结果，文学或艺术作品正是通过描写自我选择来解决伦理选择问题(265-66)；而在电影当中，风景正是塑造“伦理身份”的重要途径。例如“岛屿和丛林”(Island and Jungle)相关的电影风景，往往象征和突显一些特定的伦理主题——欲望与理性的纠葛、原始激情与现代文明的张力、兽性因子与人性因子的对抗等。类似于《荒岛余生》、《金刚》、《人猿泰山》、《鲁滨逊漂流记》等电影中的“岛屿与丛林”，对于主人公来说，便从一种自然风景变成“伦理身份”的文化再现，而主人公在自然和文明、个人和集体、自然属性和社会关系之间所经历的“伦理选择”也成为风景“主体化”的集中表现，并推动人物实现从“自然身份”到“伦理身份”的转变。于是，电影风景便参与了人物“伦理身份”的塑造。

安东·艾哲则认为，电影风景在某程度上成为一种被建构的“想象的共同体”，不断形塑着观众的认同，甚至具有一种集体意识的询唤力量(Escher and Zimmermann 233)。例如在美国的西部片中，风景往往都具有“西部狂野世界”的风格，象征了一种原始而传统、男性化、父权制的文化；为了配合这样一种集体性文化特征，好莱坞的导演们往往选择壮阔而荒凉的风

以烘托一种孤独、贫瘠、狂野的男性气质。在这个意义上来说，好莱坞或其他国家地区的电影借由各种手法和技巧，创造出独特的风景，不断形塑着人们的空间、文化和伦理感知。

## 二、跨界：叙事、流动与惯例的突破

电影中的风景，不仅同“再现”和“认同”有关，而且和“叙事”密不可分。无论在强调虚构性的剧情片还是突显真实性的纪录片中，风景的选择对于电影叙事来说都功不可没。斯特凡·齐默曼（Stefan Zimmermann）认为，电影中的风景在叙事方面往往表现出一种场景和人物情绪之间的关系，这种关系可以相互融合彼此促进，也可以构成张力或对比；因此，风景在某种程度上就是将场景和人物情绪的关系视觉化（322）。按照这种观点来看，不同类型的电影在处理风景的情绪化特征时表现出差异化的特质，例如在法国新浪潮电影中，巴黎的街道和建筑等都市风景一方面为故事提供了场景并表现出浪漫的色彩，另一方面又同主人公存在主义式的疏离感或冷漠感（例如《筋疲力尽》或《四百击》）格格不入，形成一种情绪上的张力；而在二战后苏联的“诗电影”（如《士兵之歌》或《雁南飞》）中，白桦成林、晴空白云或大雁南飞等诗意的战争风景烘托了主人公真挚的友谊或爱情及其对美好生活的向往。

正如巴拉兹认为电影中的风景大都是一种艺术化的加工，为了表现诗意效果或剧作目的；对于编剧、导演、场景师、特效师等电影人来说，影片中的风景不仅能够起到表达（正面或反面）情绪的作用，而且同情节、事件、动作等叙事性元素密切相关。武侠片或功夫片中的风景往往是出于武打或动作设计方面重要的考量，例如《卧虎藏龙》中的竹林打斗、《新龙门客栈》中的流沙剑影、《英雄》中的棋馆对弈等场景，不仅利用竹海丛林、荒漠流沙、飞檐雨滴等风景营造出别具一格的武侠氛围，而且将风景中的元素也融入武打设计中，飘飞的竹叶、弥漫的黄沙和零星的棋子充当了重要的介质与道具，推动了武打动作、故事情节和悬念的推进与展开。而对于各类商业影片中常见的追逐场景，无论《速度与激情》中的峡谷追车、《甜蜜蜜》中纽约街头的狂奔还是《星球大战》中外星飞船战斗，太空、峡谷或街道的风景不仅提供了故事发生的空间，而且为人物的追逐动作制造了重要的叙事元素与契机。

此外，电影中的风景是不断变换的，因此“跨界”（即跨越边界，crossing of borders）成为电影叙事上重要的手法与特征。朱瑞·劳特曼（Juri Lotman）致力于以文化的拓扑模型（topological model）来研究电影，他认为“边界”（borders）是电影区别于文学（包括口头语言和书写文本）的重要特征，它表现在国家、民族、种族、性别、阶级等多种层面，是一种等级区分式的“语义空间”（semantic space）（134-38）。跨界则是打破语义空间的行为或过程，是通过电影叙事来实现的。根据劳特曼的观点，电影中每一个“动作”（action）

都可被视为对于既定语义空间的偏离，具有跨越边界的意义。跨越边界和扩展范围令电影中的行动拥有了原因和动机，而电影主人公的跨界往往代表了电影作者的观点以及观众的需求。跨越边界令电影产生了多样化的意义，令特定语境中结构性的文化传统、宗教信仰、伦理身份等因素得以松动、僭越和调整。斯特凡·齐默曼也表明，构成电影叙事的基本元素是国家、民族、语言、文化或伦理上的惯例（norm），而一部电影的主人公应当“持续不断地沿着观众可预计与不可预计这两个世界的分界线移动”，从而突破文化惯例、重塑观众认同（320）。因此，电影中的主人公在不同风景中的变动，也带动了国族、语言、性别、文化、阶级、伦理等方面的跨界，在推动情节与开展故事的同时，不断打破各个层面的惯例，建构新的人物身份，由此影响和形塑观众的认同。

电影空间和风景，正是由于不断跨界而得以创造的。我们很难清晰地区分电影中的每一个场景或每一处风景，因为故事的空间经常会重复和交叠，而且电影场景（尤其是摄影棚搭景）也会重组或再利用以适应不同镜头或场面调度的需求。对于空间或风景的严格区分，只能发生在现实世界当中。为了确保电影场景的清晰明了、避免观众陷入迷惘混乱的局面，电影往往依靠剪辑——镜头的排列组接来实现叙事和表现的需求。因此，连续性或跳跃性剪辑对于电影风景的构成法则来说非常重要。卡尔·莱纳（Karl Nikolaus Renner）提出电影叙事上的“极值点原则”（the extreme point rule），认为商业电影中几乎所有时间和动作都围绕一个叙事上的“极值点”进行和展开；这个极值点可以是社会的、政治的，也可以是文化的、伦理的，它确保了所有的跨界行为都有规则可依。根据“极值点原则”，一个好的导演或剪辑师能够不断利用“连续性原则”来匹配镜头和场景，并不断造成跨界，从而唤起观众的感觉和认同；而影片结尾处，“极值点”往往会在屡次跨界后被解决或颠覆，主人公的跨界行为与“语义空间”之间的张力或对立也就得以消除（Escher 309）。根据这样的说法，连续不断的跨界加上连续性原则，就构成了大多数商业电影的叙事模式，好莱坞尤为典型。

正是从跨界这一角度，电影叙事区别于文学等其他虚构性艺术的叙事方式。我们可以想象，一部电影中如果完全没有任何跨界行为，电影中的风景便非常虚假而不可信。边界的跨越，造成了风景的流动性。邵培仁教授曾以公路片为例探讨电影中风景的流动性，认为公路片中的“政治、性别和道德等想象空间同现实风景一样具有吸引力”，而“汽车、公路、音乐等媒介的运用”突显了这种想象性风景的艺术性特质（99）。因此，公路片所呈现的风景，不仅是物质上的空间流动，更是文化和精神层面上的超越、突破与跨界。其实不只是公路片，在其他类型（如武侠片、西部片、警匪片、恐怖片）的商业电影或艺术化的作者电影中，电影风景的流动性与跨界同样无处不在。电影中复杂的流动性、跨界性风景，指涉了复杂的社会和权力关系，在政治、

社会、性别、阶级等层面交织成更为立体化、多元性的文化风景。

### 三、拟态：布景、参照物与资本的逻辑

“跨界”所指涉的主要是电影风景在文本内部的构成机制与叙事技巧，然而电影风景的相关论述并不止于此。从电影的生产、流通和消费的逻辑来看，不同电影之间在制片、发行、放映等方面的相互关系，对于电影风景的再现与建构也具有重要影响。此外，从电影风景和现实风景的关系来看，作为虚构性或建构性的电影风景，不仅再现了现实世界，而且正逐渐改变着现实世界的面貌。电影所创造的风景世界，需要在电影制作、传播和接受的社会语境中被分析、阐释和理解。

从本质上来说，电影风景既非完全虚构，又非完全真实，是介于现实和想象之间的一种“再现”。传播学理论家瓦尔特·李普曼（Walter Lippmann）认为，在信息高度发达的社会，人们的行为同三种“现实”发生密切联系：一种是客观存在、不以人的意志为转移的“客观现实”；一种是“主观现实”，即人在脑中所描绘的“关于外部世界的图像”；还有一种是“象征性现实”，是传播媒介经过选择后所揭示的“拟态环境”（pseudo-environment）（213）。按照这种思路，风景也可以被分成三类：客观风景、主观风景和拟态风景。电影中的风景更多属于一种“拟态风景”，是电影这一媒介经过选择后所再现和建构的风景，在某种程度上是客观风景和主观风景的交融，性质上类似于亨利·列斐伏尔（Henri Lefebvre）所说的“再现空间”（representational space）或爱德华·索亚（Edward Soja）所说的“第三空间”（thirdspace）。“拟态”强调了风景所受到的电影等媒介的作用，尤其表现在各种媒介文本之间相互勾连与融合所共同建构的风景世界，并对人们的认知与感受产生深远的影响。

从“拟态”的角度来说，人们所熟知的很多电影风景，或许在布景、设计或选择时并非参考现实，而是参考其他电影文本。于是不同电影的风景之间构成了彼此勾连、互为文本的指涉关系，织就出一张介于客观与主观之间的拟态风景网络，并影响和改变着人们对于风景的感知与接受。根据电影史学家戈尔·维达（Gore Vidal）的研究，古罗马时期战争题材的电影《宾虚》对于很多观众来说已经成为追溯古罗马历史的经典影像资料，然而导演威廉·惠勒（William Wyler）在准备和设计这部作品的场景时并没有仔细研究过古罗马的历史，而仅仅看了一些古罗马题材的电影而已（16）。再如，格里菲斯（D. W. Griffith）在《党同伐异》中所建造的气势磅礴的虚构性巴比伦城，早已成为后来众多巴比伦题材电影的布景参考依据（4）。可以说，当一部成功的电影表现了某个特定历史时期的国家、民族、文化或风景时，后继出现的相似题材的作品往往会使用类似的空间元素，于是这一“拟态”的风景就会逐渐获得人们的认同，并形塑大家对于特定自然和文化空间的认知，甚至进一步调整和改变真实的空间。不同电影之间的理念、场景、服装和故事具

有彼此纠缠、相互影响、互为文本的复杂性，这种情形加速了现实世界电影化的进程。对于这种情形，约瑟夫·里德（Joseph W. Reed）提出：“电影从其他电影（而非现实）中来，任何一部电影都重复之前上百部电影中的事物和风景”（5）。

这样一种寻找“参考物”（reference）的做法，不仅存在于不同电影的风景再现之间，也可以被拿来界定和思考电影与其他艺术门类的关系。根据汤姆·甘宁（Tom Gunning）的观点，电影在19世纪末20世纪初的诞生伊始诉诸于“吸引力”（attractions）的特质——人们被这一新奇的艺术样式所打动，尤其陶醉于它的运动性和现代感（73-74）。而这一基于反映现实世界、具有索引性特征的现代艺术，被认为与动画、绘画等门类不同，并不擅长讲述故事。然而，到了1906年左右，纯粹的“吸引力”开始无法满足观众的需求，因此电影人开始想尽办法来利用电影讲故事，于是世界电影进入了“叙事性”的阶段。在这一过程中，很多电影人希望以其他艺术样式为参考，寻求电影叙事的可能性。例如其中一些人从19世纪的绘画艺术中探索灵感，因此他们发明了图像打印和遮罩绘景的技巧来表现具有众多人口的电影风景。这种技巧，在表现古希腊或古罗马题材的电影中被广泛应用；这些电影中的战争风景——包括士兵、队列、武器、服装等都参考了19世纪的绘画（Junkelmann 42-55）。另一些电影人则从明信片中寻找新的叙事灵感。法国学者皮埃尔·波兰厄（Pierre Boulanger）指出，电影在20世纪初的迅速普及和发展，同明信片之间具有密切的关系——明信片能够帮助人们辨认和掌握遥远的、不熟悉的异国或异地的风景，于是电影人在设计故事场景时时常会参考明信片，根据明信片上的风景来搭建场景。电影导演和摄影师们在成功的电影中展示这些地点的风景，并在海报和广告中大肆宣传；久而久之，世界上最流行的风景图像，不再来源于绘画或摄影，而来源于电影及其广告（137-42）。对于当时的观众来说，他们在电影院中辨认出特定的空间和风景，殊不知这些电影风景所参考的来源可能并非真实的空间，而是明信片或其他电影。

时至今日，多媒体的环境加速了各个电影文本之间、各种艺术门类之间、各类媒体之间的相互交融与彼此影响，电影中的风景也正在不断形塑和改变着人们的真实生活空间。只有很小一部分电影风景是在客观反映或呈现真实世界，而绝大多数是在建构“拟态”（半真半假）的世界。在这种情况下，我们应当注意，电影生产、流通和消费的逻辑其实并非参考现实生活的逻辑；相反地，电影的资本逻辑正影响和改变着人们的现实生活逻辑。从电影中的古罗马和古巴比伦到电影对明信片的参考可以看出，电影风景的取舍与选择，是同电影制作与传播的需求密不可分的。电影毕竟是一种大众媒介与商品，风景的再现也不可避免地受到资本逻辑的影响。

#### 四、整合：景观、超真实与消费的全球化

电影产业和资本的逻辑，不仅体现在电影风景的拟态性和互文性方面，



也令影像世界与真实世界愈发紧密地交融与互浸。尤其在后现代社会中，所有的现实空间都被无所不在的影像介入，令后现代的真实空间越来越“影像化”。现实空间也成为一种混杂性的“整合空间”，它打破了真实与想象、客观与主观的二元对立。于是，现实中的风景也越来越受到电影的加持、改造与融合。从电影产业的角度来说，很多现实中的风景成为电影的故事发生地或取景地，以一种艺术化或传奇化的姿态成为一种电影再现；另一方面，很多现实空间因为电影的传播而更具有知名度，甚至进行了“电影化”的更新、改造与重建，从而更符合电影观众所“期待”的样子。影像对现实的这种“介入”，令现实中的风景越来越突显出一种非真实或者“超真实”（hyper-real）的性质。大卫·克劳奇（David Crouch）援引波德里亚（Jean Baudrillard）关于“类象”和“超真实”的说法，认为现代电影的产业逻辑令场所和风景的安排成为一种流通的媒介，越发表现出“超真实”的特征；而后现代社会中的人们所经历的风光，基本上都是人为建构或设计的（31-34）。越来越多的场所、设施和风景，都是来自于电影中的虚构世界，它们帮助观众更好地体验电影的魅力空间。另外还有一些过渡性的空间，是半真半假的，它们衍生出一种其他的杂交式（bybrid）空间。

尤其是当代电影产业与旅游产业的相互交织和发展，令“游客”与“观众”逐渐融合而变得难分彼此。从影视取景地到影视城（或影视基地），从主题公园到主题旅游，众多空间成为影视、旅游、文化和城市建设相结合的产物，并逐渐发展为一种“产业链”的模式，融合了影视、旅游、房地产、餐饮、体育、教育等多种产业。类似于横店影视城、迪士尼乐园、环球影城等空间，在现实的场所中建构了大量虚构的风景，为观众提供了另一种欣赏电影文化或感受电影空间的方式，且特别强调“身临其境”的审美体验，令其真正“沉浸”在梦幻或传奇的电影世界中，这种享受既是电影院的延伸，又是电影世界在现实生活的延伸。约翰·乌瑞（John Urry）指出，影视旅游风景和场所的选择，往往是以其成本和产值为依据的，并不会完全遵从电影的风景（可能成本太高），也不会完全按照现实的样子（没有吸引力），而是在电影风景和现实风景中寻求一个折衷与适度的平衡（46-48）。这种情况所造成的一个后果，是旅游胜地并不会完全依据电影的拍摄地选取，而往往成为一种重新建构或半虚构性的场所，其中的风景也往往是杂糅的。从新西兰霍比顿的“中土世界”到英国伦敦的哈利·波特工作室，从意大利的罗马影视城到中国银川的镇北堡西部影视基地，这些影视城并非完全依据现实资源或者电影取景地而创建，而是为了旅游需要而形成的“半电影化”的旅游空间。

电影城作为一种影视体验公园，同电影文本之间具有相互促进的关系。《哈利·波特》、《指环王》等系列电影极大地促进了相关主题电影公园的火爆，也拉动了当地的旅游产业；与此类似，韩国的电视剧《大长今》、《蓝色生死恋》等也具有文化品牌的作用，致使众多韩剧迷到韩国必游影视场景和体验剧情。

很多国家，例如英国和美国等很早就推出了电影地图和电影旅游手册。贝特·斯坦顿（Bette L. Stanton）、威廉·戈顿（William A. Gordon）等学者都针对旅游景点的宣传手册进行了研究，认为这些广告或手册中的风景都受到了影视作品的“加持”，不仅对于旅游经济造成了影响，而且正在改变着人们对于各个空间与场所的认知和接受。除了宣传手册之外、报刊、电视、网络等大众媒介都参与了这样一种“整合”性风景的建构，并往往形成一种整合式的营销。很多风景因为某部电影的上映而一炮而红，从而成为炙手可热的旅游景点，甚至带动了整个地区的经济发展；也正因如此，越来越多的电影不断以植入式广告的形式来宣传某个地区的自然风光、人文资源和城市形象，为当地的旅游产业推波助澜。

然而，当电影观众或粉丝来到电影取景地或影视旅游景点时，可能面临失望的风险——例如因为喜爱《阿凡达》而来到张家界的游客，会发现真实的风景有种既陌生又熟悉的感觉，且并不能找到电影中的“哈利路亚山”。电影虽然拍摄了张家界群山尤其是“乾坤柱”的原貌，但 CGI 技术（包括三维模型、数字合成技术等）的应用，令原来的空间样貌在银幕上发生了很大的变化，于是观众所看到的“哈利路亚山”风景已然改头换面。然而，这样一种改变或差异，也被旅游产业加以利用——来到乾坤柱的游客不仅能够和阿凡达的雕塑模型一起合影（骑着外星坐骑或穿上戏服），而且能够将眼前的实景同放置于旁的大幅照片进行对比，增加了游戏互动的乐趣。

而这种影像化空间及其旅游导向的风景，突显了风景的“消费化”倾向。凯文·米特安（Kevin Meethan）认为，这种消费一方面是“多元选择的媒介社会”的发展产物，另一方面也突显了旅游产业对于媒体实践的适应与迎合（102-104）。黄凤贞（Lisa Wong）和林勇（Adam Lam）曾对《指环王》和《霍比特人》系列电影所催生的旅游产业（主题公园、主题旅游等）进行分析，认为从全世界“飞往中土的航班”不仅令观众和游客分不清真实风景与虚构风景的区别，而且正悄然地为新西兰建构了一个新的“后现代身份”。两位学者质疑道：通过《指环王》主题公园所认识的新西兰、通过《钢琴家》拍摄基地所认识的德国和波兰、抑或通过《冬日恋歌》所认识的韩国能代表观众或游客“真的游访过这些地方”（117）吗？因此，人们所认知的地方、风景甚至国家，都在经历着变化。或者如波德里亚（Jean Baudrillard）所说的那样，类似于迪士尼乐园的电影城借由符号所建构的世界成为人们心中“好生活的样子”，一个中产阶级的天堂；它作为“类象”并不模拟现实，反而能够“操控”人们的消费观念和行为，引导现实对其进行模拟。因此，影视工业、旅游业和电子媒体等多种后工业所合力打造的电影城或主题公园，正在对我们所认知的现实产生广泛而深远的影响；通过电影和电影城，各个国家和地区正在不断建构新的、全球化语境中的文化身份，而这一身份在逐渐与现实脱节的同时，却又“天衣无缝地融入真实体系之中”（Wong and Lam 111）。

此外,这些经由资本化运作的“类象”或“风景”,具有一种“景观化”的趋势。“奇观”或“景观”(spectacle)这一概念被居伊·德波(Guy Debord)用来描述后现代社会的表象特征,认为人类对于视觉的偏执性依赖令历史逐渐被散失和遗忘,媒介正是“景观”社会的创造者,其背后的逻辑是商业资本的消费逻辑。尤其在数字时代,无处不在的CGI令电影的客观纪实功能越发暗淡,电影中的风景也逐渐表现出被建构的奇观化特征,似乎离“现实”越来越远。周宪曾论述“奇观电影”的概念,认为它表明电影“从话语中心范式向图像中心范式转变”,其重要特征是“电影叙事的弱化”(19-20),而汤姆·甘宁也认为当代电影强调视觉和运动的“吸引力”,这是同“叙事性”电影相对立的(73)。也正是在“景观”这个层面上,亨利·列斐伏尔才将电影视为“有罪的媒体”(incriminated media),具有“透明幻象”(transparent illusion)的作用,令我们的空间变得更为抽象化和虚假化(96-97)。

风景或景观的消费,在当代也逐渐具有全球化的趋势。一方面,电影制作、发行、放映和接受的流动性大大促进了风景的全球化旅程,于是诸如《阿凡达》等好莱坞电影在中国取景和《北京遇上西雅图》等中国电影在美国取景的例子比比皆是;另一方面,全球旅游产业的兴盛和各种跨国流动性因素加速了电影风景的全球化进程,因此类似于“飞往中土的航班”、上海迪士尼乐园等杂糅性的整合空间正在不断改变我们的生活。而伴随着电影制作和消费的全球化,电影中的跨国风景的再现与建构也变得越来越普遍。

### 余论:从“电影风景”到“媒介风景”

本文综述了国外学界对于“电影风景”研究的重要观点,并从四个角度对这些概念和理论进行了归纳、提炼与整合。“再现”点明了电影风景的实质,从本体的角度说明电影风景表现为一种客观现实风景的“再现”而非“反映”,并不断建构观众的身份认同,甚至在一定程度上建立起“想象的共同体”。“跨界”归纳了电影风景在叙事上的表现与功能,一方面风景的选择同电影的風格与剧作法密切相关,另一方面风景的跨界打破了叙事结构的惯例,突显了对于流动性的强调。“拟态”阐述了电影风景在文本之外的构成方式,无论是不同电影之间的互文指涉,还是电影同其他艺术门类的相互影响,都证明电影风景的“参考物”特征,其背后是电影制作的资本逻辑。“整合”则探讨了后现代社会中电影风景对于现实的改造作用,令其变为一种混杂性的空间,这同当代电影产业与旅游产业的交织与互动息息相关;而风景的景观化和消费性也正在朝着全球化的趋势不断发展。

随着后现代社会的多媒体化或跨媒体化发展,电影已无法作为一种完全独立的媒体发生影响或产生功能,而是同报刊、广播、电视、网络等其他媒介形式一起整合、立体、网状地渗入日常生活的方方面面,形塑观众的意识

形态，建构消费者的身份认同。风景的再现与作用，也不仅体现在电影方面，而是以多种媒介为平台和载体进行呈现。因此，对于“电影风景”的研究也正在逐渐朝向一种更为综合和多元的“媒介风景学”发展，并在性别、阶级、族裔等方面表现出多元文化政治层面的症候。无处不在的电影或媒介风景，正在悄然改变着我们日常生活的经验与认知。

### 【 Works Cited 】

- Arnheim, Rudolf. *Film as Art*. Berkeley: California UP, 1964.
- Balazs, Bela. *Early Film Theory: Visible Man and The Spirit of Film*. New York: Berghahn Books, 2011.
- Baudrillard, Jean. *The Perfect Crime*. London: Verso, 1996.
- Boulanger, Pierre. *Cinéma Colonial de "l'Atlantide" à "Lawrence d'Arabie"*. Paris: Seghers, 1975.
- Crouch, David, Rhona Jackson, and Felix Thompson, eds. *The Media and the Tourist Imagination*, New York: Routledge, 2005.
- Darby, Wendy J. *Landscape and Identity: Geographies of Nation and Class in England*. Oxford: Berg Publishers, 2000.
- Debord, Guy. *Society of the Spectacle*. St. Petersburg: Black & Red Publishers, 2000.
- Escher, Anton. "The Geography of Cinema: A Cinematic World." *Erdkunde* 60.4 (2006): 307-14.
- Escher, Anton, and Stefan Zimmermann. "Geography meets Hollywood." *Geographische Zeitschrift*, 89.4 (2001): 227-36.
- Gordon, William A. *The Ultimate Hollywood Tour Book: The Incomparable Guide to Movie Stars' Homes, Movie and TV Locations, Scandals, Murders, Suicides, and All the Famous Tourist Sites*. Waynesville, N.C.: North Ridge Books, 2007.
- Gunning, Tom. "The Cinema of Attraction: Early Film, Its Spectator and the Avant-Garde." *Wide Angle* 8.3 (1986): 63-70.
- Junkelmann, Marcus. *Hollywoods Traum Von Rom*. Mainz am Rhein: Philipp Von Zabern, 2009.
- Karatani, Kojin. *Origins of Modern Japanese Literature*. Trans. Brett De Bary, Durham: Duke UP, 1993.
- Koebner, Thomas. *Lehrjahre im Kino: Schriften zum Film*. Gardez: St. Augustin, 1997.
- Lacoste, Yves. "Geography and Foreign Policy." *Sais Review* 4.2 (1984): 213-27.
- Lefebvre, Henri. *The Production of Space*. Oxford: Blackwell, 1991.
- Lefebvre, Martin. *Landscape and Film*. London: Routledge, 2006.
- Leighley, John, ed. *Land and Life: A Selection from the Writing of Carl Sauer*. Berkeley: California UP, 1962.
- Lippmann, Walter. *Public Opinion*. North Charleston: CreateSpace Independent Publishing, 2013.
- Lotman, Yuri M. *Universe of the Mind: A Semiotic Theory of Culture*. Bloomington: Indiana UP, 2001.
- Meethan, Kevin. *Tourism in Global Society: Place, Culture, Consumption*. London: Palgrave

- Macmillan, 2001.
- Mitchell, M. J. T. "Representation." *Critical Terms for Literary Study*. Eds. Frank Lentricchia and Thomas McLaughlin. Chicago: Chicago UP, 1990. 11-22.
- 聂珍钊:《文学伦理学导论》。北京:北京大学出版社,2014年。
- [Nie Zhenzhao. *Introduction to Ethical Literary Criticism*. Beijing: Peking UP, 2014.]
- Postman, Neil. *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. London: Penguin, 2005.
- Reed, Joseph W. *American Scenarios: The Uses of Film Genre*. Middletown, C.T.: Wesleyan UP, 1989.
- Soja, Edward W. *Thirdspace: Journeys to Los Angeles and Other Real-and-Imagined Places*. Cambridge: Blackwell Publishers, 1996.
- Shama, Simon. *Landscape and Memory*. New York: Vintage, 1996.
- 邵培仁:《媒介地理学:媒介作为文化图景的研究》。北京:中国传媒大学出版社,2010年。
- [Shao Peiren. *Media Geography: A Study of Media as a Cultural Prospect*. Beijing: Communication UP of China, 2010.]
- Stanton, Bette L. *Where God Put the West: Movie Making in the Desert*. Moab, U.T.: Canyonlands Natural History Association, 1994.
- Steele, Fritz. *The Sense of Place*. Boston: CBI Publishing Company, 1981.
- Urry, John. *The Tourist Gaze*. London: Sage, 1990.
- Vidal, Gore. *Screening History*. Cambridge, Massachusetts: Harvard UP, 1991.
- 黄凤贞、林勇:“一个中土的诞生:从《指环王》主题旅游看新西兰后现代身份的建构”,黄凤贞译。《当代电影》1(2007):116-22.
- [Wong, Lisa, and Adam Lam, "The Birth of a Middle-Earth: On the Construction of New Zealand's Postmodern Identity from the Theme/Film Tour of *The Lord of the Rings*." Trans. Lisa Wong. *Contemporary Cinema* 1 (2007): 116-22.]
- 周宪:“论奇观电影与视觉文化”,《文艺研究》3(2005):18-26。
- [Zhou Xian. "On Cinema of Spectacles and Visual Culture." *Literature & Art Studies* 3(2005): 18-26.]
- Zimmermann, Stefan, and Chris Lukinbeal. "Film Geography: A New Subfield." *Erdkunde*, 60.4 (2006): 315-25.

责任编辑:郑杰